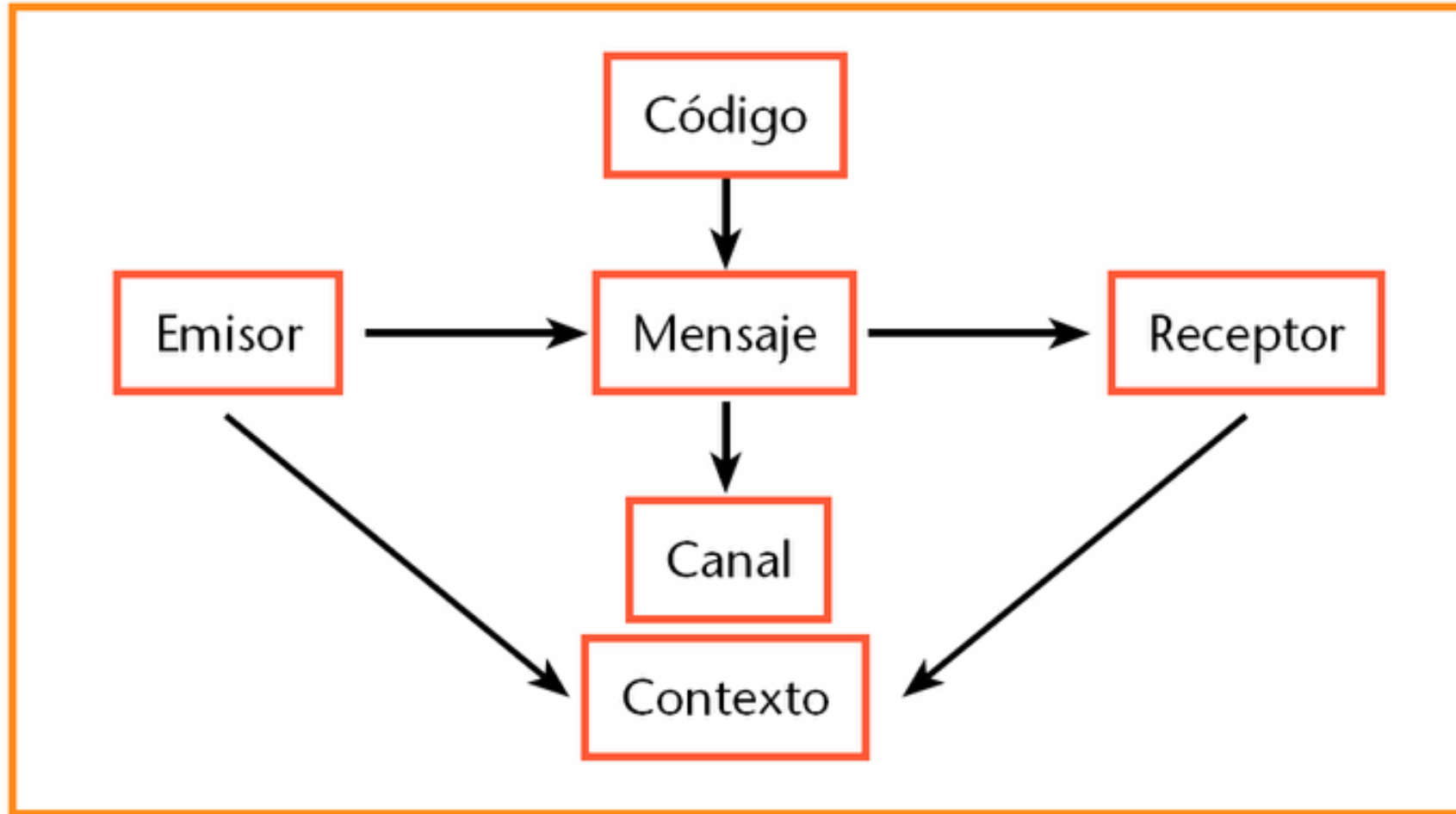


COMUNICAR EN IGUALDADE A TRAVÉS DAS TIC

1. A COMUNICACIÓN: o esquema básico



1. A COMUNICACIÓN: as 5 W

No xornalismo, considérase que toda información debe responder a estas preguntas

- ★ **Quen**
- ★ *(Di)* **Que**
- ★ **A quen** *(Público)*
- ★ **Para que** *(impacto – que reacción esperamos?)*
- ★ **Como** *(cal é a mensaxe? Que código vou empregar?)*
- ★ **Onde** *(en que **contexto** vai ser recibida e interpretada?)*

Responder estas preguntas é o primeiro paso no deseño dunha acción de comunicación

2. O PÚBLICO (e o IMPACTO)

A quen? / Para que?

1. Queremos facer unha campaña que promova

a igualdade de oportunidades no mercado laboral.

Isto significa que as mulleres do futuro teñan as mesmas oportunidades que os homes para acadar o éxito profesional *(máis aló da estabilidade e o salario, queremos que poidan medrar dentro da súa profesión)*

Cal é o noso público? Que impacto buscamos provocar nel?

Cal será a mensaxe?

2. O PÚBLICO (e o IMPACTO)

A quen? / Para que?

2. Ao definir o contexto vemos que, as profesións máis demandadas no mercado laboral, son aquelas relacionadas cos **estudos STEM** (ciencia, tecnoloxía, enxeñería e matemáticas).

Tamén vemos tamén que o 80% do alumnado das STEM é masculino e **só o 20% é feminino**.

É preciso facer algún cambio no público, o obxectivo e a mensaxe?

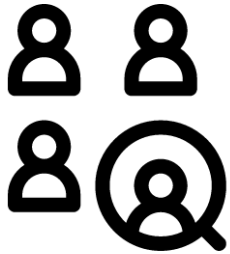
2. O PÚBLICO (e o IMPACTO)

A quen? / Para que?

3. Ao afondar no tema, decatámonos de que a maioría de **actividades da escola e de comunicacións informativas** que recibe o alumnado sobre os estudos das STEM **están dirixidas aos rapaces** (persoas que veñen falar do tema, casos de éxito, exemplos e referentes nos libros, mensaxes das universidades...)

Que sería preciso reformular no público, o obxectivo e a mensaxe?

2. DEFINIR O PÚBLICO: a quen nos diriximos?



- **Definir o noso público (*target*)** no aspecto social, político e cultural.

Que coñecementos e experiencias teñen? Que lles gusta? Que códigos e que canles de comunicación utilizan?



- **Expectativas/ Necesidades.**

Que busca o teu público ou que non atopan?

(ex. se falas sobre igualdade, adapta o discurso á vosa realidade e busca a mensaxe no voso contexto máis cercano – *non é necesario replicar a comunicación institucional ou de axencias*)

3. A MENSAXE: linguaxe non sexista ou linguaxe inclusiva?

RAE:

- 67 acepcións da palabra "**hombre**":
37 son positivas, 23 neutras
e 7 degradantes.
- 12 acepcións da palabra "**mujer**":
2 favorables, 1 neutra e 9 degradantes.



Módulo de Igualdad, Ayuntamiento de Santa María de Tormes



- ❑ Zorro: espadachín justiciero. Zorra: Prostituta.
- ❑ Perro: el mejor amigo del hombre. Perra: Prostituta.
- ❑ Aventurero: osado, valiente, hombre de mundo. Aventurera: Prostituta.
- ❑ Cualquier: fulanito, mengano, zutano. Cualquiera: Prostituta.
- ❑ Callejero: de la calle, urbano. Callejera: Prostituta.
- ❑ Ligero: hombre débil o sencillo. Ligera: Prostituta.
- ❑ Lobo: mamífero feroz. Hombre experimentado y agresivo. Loba: prostituta.
- ❑ Hombre público: personaje prominente. Mujer pública: prostituta

3. A MENSAXE: linguaxe non sexista ou linguaxe inclusiva?

Unha **linguaxe non sexista** permite crear referentes femininos porque visibiliza ás mulleres, rompe estereotipos e neutraliza os prexuizos sexistas.

Decálogo de uso del lenguaje no sexista, Instituto Andaluz de la Mujer



3. A MENSAXE: linguaxe non sexista ou linguaxe inclusiva?

Algúns consellos

- Substituír o masculino xenérico por termos xenéricos colectivos ou vocablos non marcados (*por exemplo, o alumnado*)
- Nomear ambos xéneros se non atopamos un que sexa neutro.
- Restringir o uso de barras (“os/as”) na escrita á formularios ou cartas dirixidas a moita xente.
- Evitar a “@”, xa que non é un signo lingüístico e non se pode ler (o mesmo coa letra “x”)

PRÁCTICA en grupo

Retomade o traballo práctico da sesión anterior.

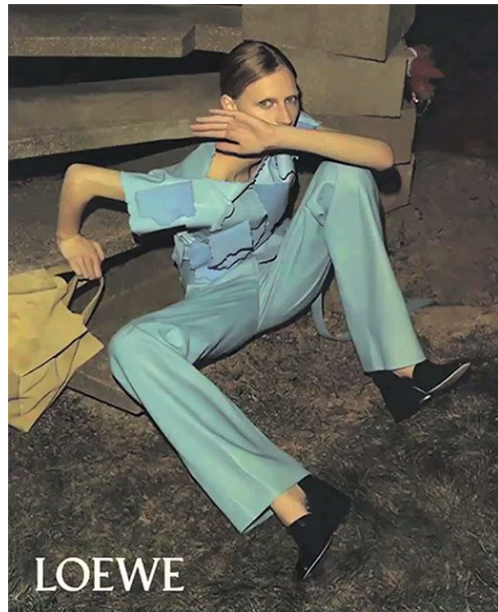
- ★ Deseñade a **mensaxe**: que **tema** ou temas queredes abordar con este traballo de aula?
- ★ Como ides traballar para asegurar o uso dunha **linguaxe non sexista**?
- ★ A que **público** queredes dirixila?
- ★ Que **formatos visuais ou audiovisuais** tedes pensados?

4. A LINGUAXE DAS IMAXES: fotografía e deseño

A linguaxe multimedia (non sexista)



4.1 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFIA



4.1 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA

1. Facede unha breve **descrición** das imaxes: que **situación** están a representar?
2. **ACCIÓNS**: que están a facer as persoas das fotos?
2. **EMOCIÓNS**: como cres que se sinten as persoas das fotos?
Que atitudes reflexan?
3. **IMPACTO**: que sensacións transmite a imaxe? Que emocións quere espertar nas persoas que a miran?

4.1 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA



+ info sobre:
Yolanda Domínguez <http://yolandadominguez.com/>



As **mulleres**:

Sumisas

Débiles

Asustadas

Dependentes...

Secundarias.

Os **homes**:

Seguros

Fortes

Triunfadores

Confiados

Protagonistas

Credes que estas representacións
teñen influencia na nosa forma de
pensar e actuar na vida cotiá?

4.1 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA

Como son representadas as mulleres?

A mirada é masculina = as mulleres sendo miradas por homes -> *Male Gaze*



4.1 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA

Como son representadas as mulleres?

A mirada é masculina = as mulleres nun rol secundario

«Mas ha fracasado con sus propias reglas»

DANIEL G. SASTRE Barcelona
Inés Arrimadas (Jerez, 1981) es, junto a Antonio Baños (CUP), la gran triunfadora de las elecciones catalanas. Con sus 25 diputados, encabezará la oposición siempre que el Parlament llegue a constituirse, cosa que la candidata de Ciudadanos pone en duda.

Pregunta.- «Los resultados del 27-S son buenos para el independentismo o para la unidad de España?»

Respuesta.- Mas cada vez que convoca elecciones va a menos. Ha sacado 62 diputados, son los mismos que tenía CIU hace tres años. A pesar de todas las interpretaciones, el independentismo no ha crecido. Mas comenzó las elecciones diciendo que eran un plebiscito e incluso con las reglas del juego que él se ha punto ha fracasado. Antes se saltaba las reglas del juego democrático, ahora se salta las suyas. Lo que tiene que hacer es dimitir, ir a su casa, porque ya ha intentado demasiadas veces romper la sociedad catalana.

P.- ¿Esperaba los 25 diputados?

R.- Yo tenía una apuesta más prudente, pero se ha confirmado que vamos a liderar la alternativa política en Cataluña. Las claves han sido hablar claro, no mentir, no robar y buscar el diálogo y el consenso.

P.- ¿Llegará a irse a Mas?
¿Cederá la CUP?

R.- Han dicho que no lo harán, no sé si ahora serán capaces de cumplir su principal promesa electoral. Veo muy complicado que se pueda



SANTI COLOMERO

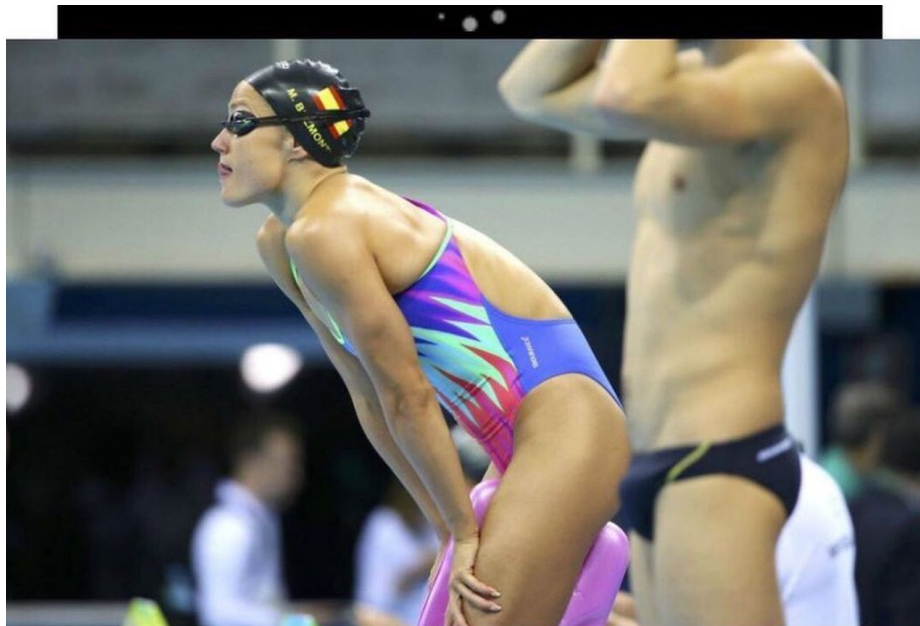
les básicos, sanidad y educación. Lo que no sé es si se va a poder consti-

P.- «Las expectativas de Albert Ri-
vera para las generales han mejora-

minación, a la que ahora se suma
Podemos, no soluciona nada. Noso-

R.- Yo no quiero reducir a nadie,
quiero reducir a la mayoría de cata-

4.1 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA



Los siete días de Mireia

Afronta otro programa kilométrico, sin renunciar a ninguna de sus pruebas

Como son representadas as mulleres?

A mirada é masculina, tanto en publicacións para público masculino como para o feminino.



4.1 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA BOAS PRÁCTICAS



Boas prácticas: Femina Hip, Organización Tanzana de sensibilización sobre xénero, saúde sexual e reprodutiva. [WEB FEMINA HIP](#)



4.1 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA BOAS PRÁCTICAS



A rede social principal que empregan é Instagram



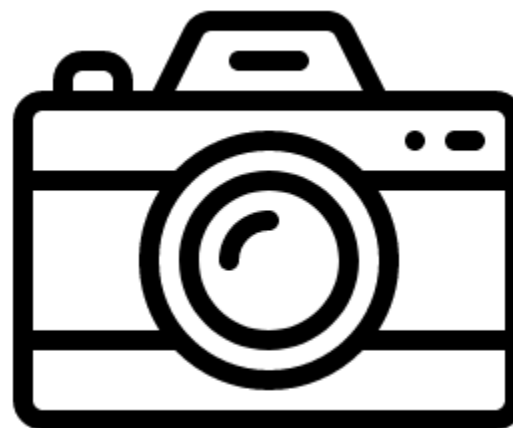
4.2 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA

Un pouco de técnica

En fotografía, como en calquera outra disciplina artística, non hai verdades absolutas.

A **subxectividade** é a base de toda creación cultural.

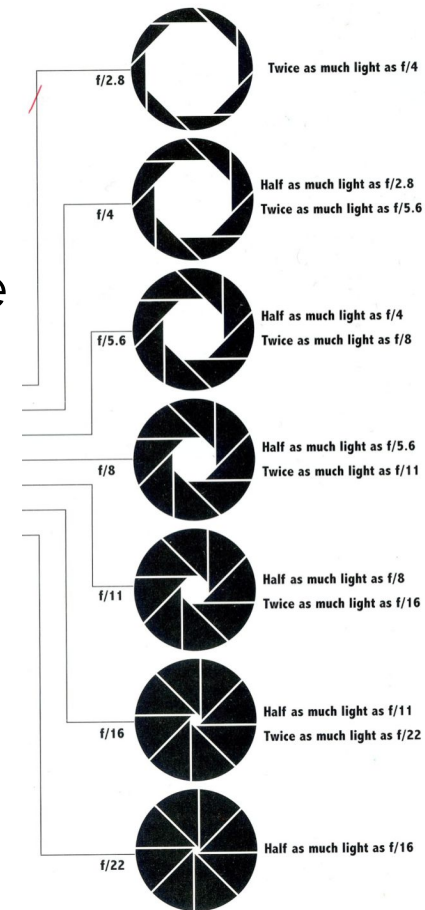
Non obstante, existen principios que son un bo punto de partida para mellorar a nosa técnica.



4.2 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA

Un pouco de técnica: a exposición

1. **Evitade o contraluz:** a fonte principal de luz sempre detrás da cámara.
2. Intentade que a **iluminación** sexa **uniforme** e correcta no voso centro de interese.
3. Evitade situacións escuras
4. **Evitade mezclas** de luces
Ex. Natural (xanela) + Fluorescente



4.2 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA

Un pouco de técnica: o balance de brancos



= adecuación da cámara á temperatura de cor

Presets:

AWB

**Balance de
blancos
automático**



Luz día
La cámara añade
tonos cálidos



Sombra
La cámara añade
tonos cálidos



Nublado
La cámara añade
tonos cálidos



Tungsteno
La cámara añade
tonos fríos



Florescente
La cámara añade
tonos cálidos



Flash
La cámara añade
tonos cálidos



Personalizado
Configuración manual

4.2 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA

Un pouco de técnica: o ángulo



Contrapicado



Frontal

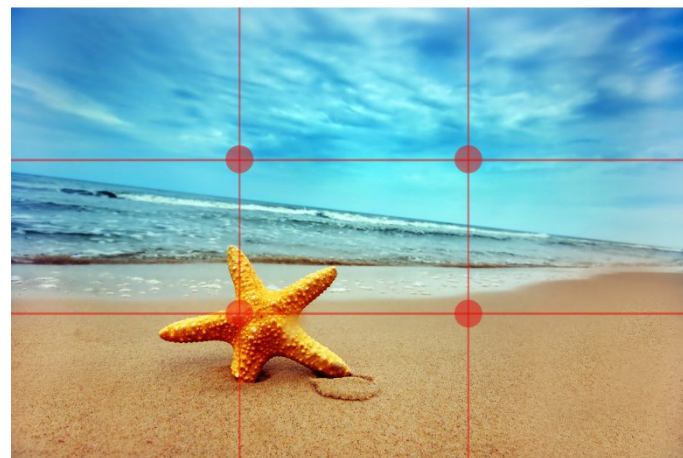
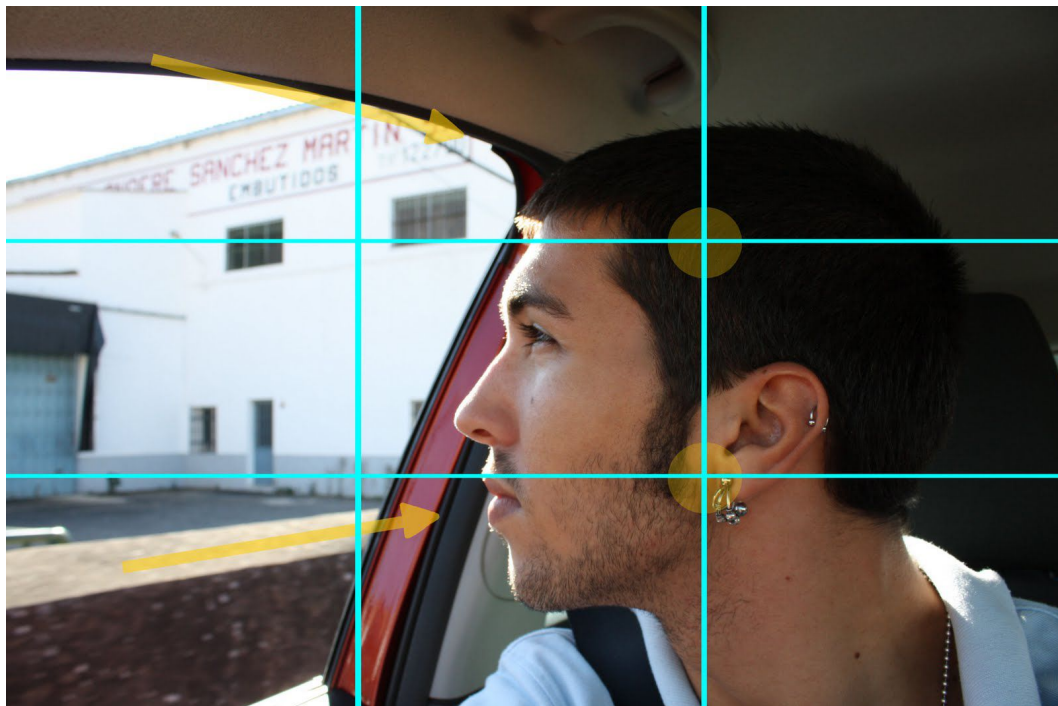


Picado

4.2 A LINGUAXE das IMAXES: a FOTOGRAFÍA

Un pouco de técnica: a composición

A lei dos terzos





O CENTRO DE INTERESE

Que é o que queres fotografar?

Unha persoa ou a rúa?

Se tes claro o que queres,
a túa mirada será máis precisa.



Utiliza fondos simples ou neutros.

Non sempre é necesario centrar á persoa retratada.



A LEI DO HORIZONTE

Se divides o encadre da túa foto en tres partes horizontais, sitúa o horizonte na liña superior ou na inferior, dependendo de cal sexa o teu centro de interese.



ACTIVIDADE

1. Por parellas ou en grupo de 3, **pensade unha frase que sirva como o slogan contra o sexismo nas imaxes publicitarias ou informativas.**
2. **Facede unha foto** e deixade un espazo plano para a frase. Se saídes vós na foto, aínda mellor 😊
3. Retocade o que queirades e **engadide o texto.**

Hai moitas apps para poñer texto nas imaxes, se non tedes ningunha, podedes empregar Phonto ou Photo Talks



Algúns exemplos

"NOS PENSAMOS QUE O MUNDO
NON É DE HOMES NIN DE MULLERES,
E DE PERSOAS"

IGUALDADE NON É CALAR.
IGUALDADE É RESPECTAR.

A igualdade tense que ensinar
dende pequenos

+ info na Guía Didáctica Epdlab páx. 10

<https://epdlab.gal/guia-didactica/>



Avaliación conxunta

1. A imaxe elixida é coherente coa mensaxe?
2. A mensaxe promove a linguaxe non sexista?
3. A imaxe reproduce ou contribúe a reproducir os estereotipos de xénero?
4. Que impacto credes que pode ter este traballo (imaxe+texto) nas persoas que o vexan?

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

KEDADA ESPECIAL

DÍA DE LA MUJER

2H DE PÁDEL +
COMIDA (POLLO
ASADO + ENSALADA +
VINO Y CASERA +
POSTREO CAFÉ)

PRECIO :
12€ POR JUGADOR

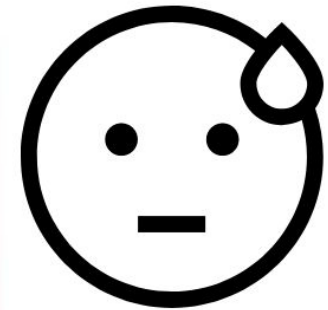
A PARTIR DE LAS 12H

MÁX. 24 CHICAS Nivel INICIACIÓN - MEDIO

1 2
DE MARZO

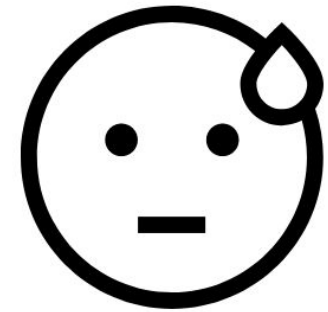
SORTEO DE:
CAMISETAS
DEPILACION LÁSER
BORDADO EN CAMISETA
BONOS MASAJE

repcion@bluepadelrivas.es / 658910755



Que falla neste cartel?

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO



Marzo 6 y 7

¡Que viva la mujer!

Happy hour para grupo de mujeres toda la noche en pool bar
Plato de bienvenida

Karaoke en Room20 desde las 9:00pm
No cover

¿Quieres sorprenderla?
Cena romántica en Iro Bar acompañado de grupo musical.

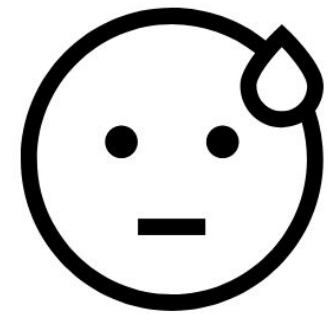
Sorteo de bonos now

NOW HOTEL

Dirección: Av 9A Norte # 10N – 74 B/ granada. Reservas: 488 97 97 Cel: 3216162204

Que falla neste cartel?

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO



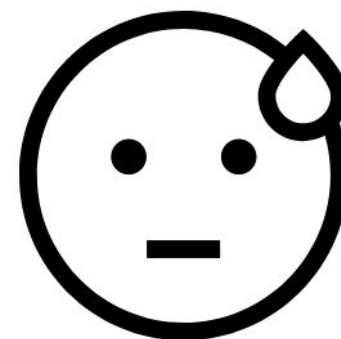
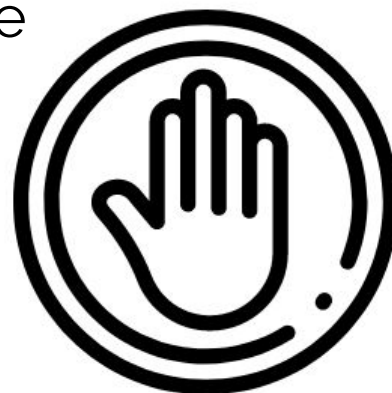
Que falla neste cartel?

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Que falla nestes carteis?

- Todos os carteis empregan o recurso das flores e a cor rosa dous deles = **estereotipos e roles de xénero**.
- O público é masculino: a muller como ser pasivo ou secundario.
- Os textos claros sobre imaxes son pouco **lexibles**.
- Mesturas de **tipografías**.
- **Erros** ortográficos e/ou de sintaxe

TODO ISTO É FÁCIL DE EVITAR



4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Algúns consellos

- ✓ Reducir a **cantidade de texto**
- ✓ Empregar un **tamaño** medio-grande (*onde se vai ler?*)
- ✓ **Redacción** con frases simples (evitar párrafos e subordinadas)
- ✓ **Corrección** ortográfica → Correctores online = plugins en explorador web
→ Diccionarios y correctores



4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Algúns consellos

- ✓ Ao **elixir fondos** con imaxes e/ou moitas cores, asegurémonos de **que non impiden a súa lectura**.
- ✓ As **imaxes** deben ser **expresivas e coherentes** coa mensaxe. Debemos revisalas: *estamos reforzando estereotipos?*
- ✓ Recomendamos empregar imaxes propias, gratuítas ou libres de dereitos.
- ✓ Recomendamos o uso de tipografías libres ou gratuítas.
- ✓ Deixemos **que o deseño respire**, que haxa espazos limpos: menos é máis.



4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Recursos

Imaxes:

- Google (filtros de busca)
- Pixabay
- Flickr
- Pexels
- Wikimedia Commons
- CCSearch
- Morguefile
- Openphoto

RAE / Panhispánico de dudas
RAG
Wordreference
Cambridge

Ortogonal
Traductor Xunta Galicia
Linguakit

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Tipografías

serifs

Text

Serif Font

Text

Sans Serif Font

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Tipografías

Trazos muy finos: **tienden a desaparecer**

A

Texto
Texto

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Tipografías

- Formas simples, sen detalle.
- Evitade contornas, sombras e adornos = ruido
- Evitade fontes condensadas (*Condens*)
-  Coidado coas negritas (*bold* o *extrabold*)



4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Tipografías

Lo que queremos **encontrar**

líneas simples

poca variación
del trazo

ojos grandes

amplias aberturas

Tipog

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Tipografías

Sans Serif más usadas

- ✓ Arial / Helvética
- ✓ Franklin Gothic
- ✓ Gill Sans
- ✓ Verdana
- ✓ Trebuchet
- ✓ **Futura**
- ✓ Myriad Pro
- ✓ Open Sans
- ✓ Tahoma

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Tipografías

Onde atopar tipografías?

Dafont



Fontsquirrel



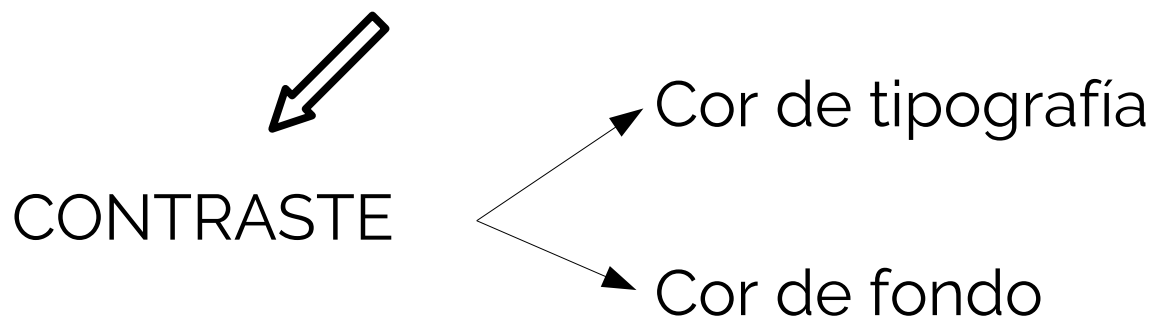
Como instalar fontes en Windows, Mac e Linux



4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Cores

IMPORTANTE: facilitar a lexibilidade



1	Negro - Amarillo	6	Blanco - Azul
2	Amarillo - Negro	7	Azul - Amarillo
3	Verde - Blanco	8	Azul - Blanco
4	Rojo - Blanco	9	Blanco - Negro
5	Negro - Blanco	10	Verde - Amarillo

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Cores

**El texto negro sobre fondo amarillo
es el que mejor se lee desde lejos**

Para una mejor legibilidad:

TEXTOS GRANDES
Frases breves

Signos conocidos ¿?!'"@#\$%&

**Se cree que los textos en rojo llaman mas la atención
pero en realidad son menos leídos porque se leen mal**

Por otra parte los textos en rojo dan la impresión de que su contenido es poco serio

Los textos en blanco sobre rojo, es decir, en negativo, a menudo no pueden leerse

4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

Cores

Un texto multicolor es ilegible

Un texto multicolor parece superficial



4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO BOAS PRÁCTICAS

noctambul@s

Observatorio cualitativo sobre la relación entre el
consumo de drogas y los abusos sexuales en
contextos de ocio nocturno

Ver todas as postais



4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO BOAS PRÁCTICAS

noctambul@s

Observatorio cualitativo sobre la relación entre el
consumo de drogas y los abusos sexuales en
contextos de ocio nocturno

Ver todas as postais



4.3 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO BOAS PRÁCTICAS

noctambul@s

Observatorio cualitativo sobre la relación entre el
consumo de drogas y los abusos sexuales en
contextos de ocio nocturno

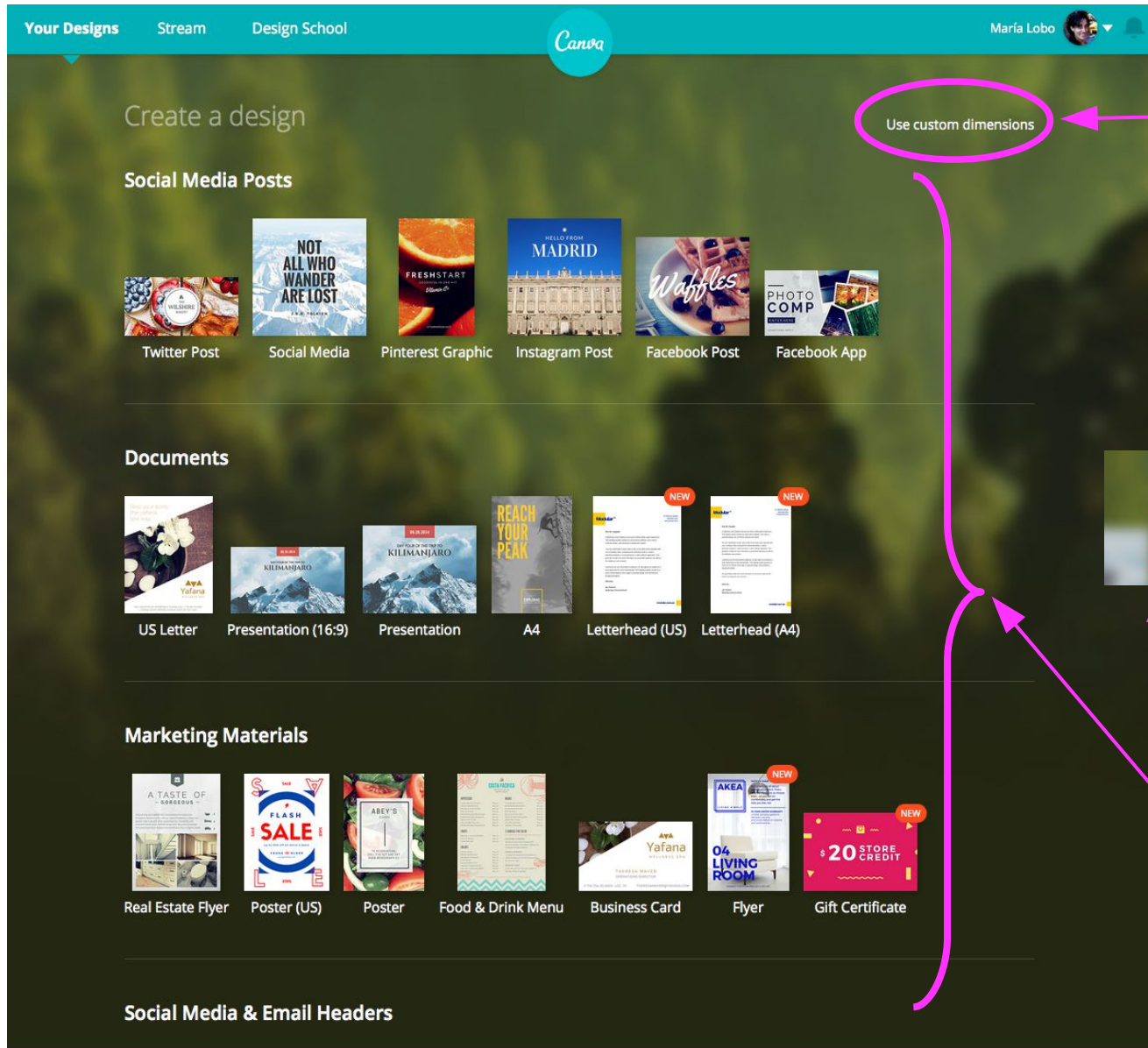
Ver todas as postais



4.4 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

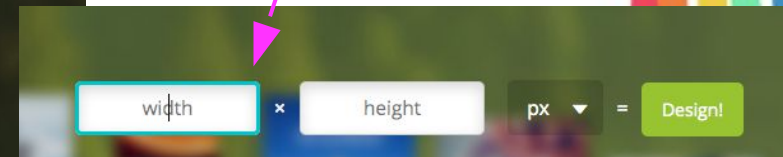
CANVA (software e app)

canva.com



Use custom dimensions

Usar un tamaño personalizado

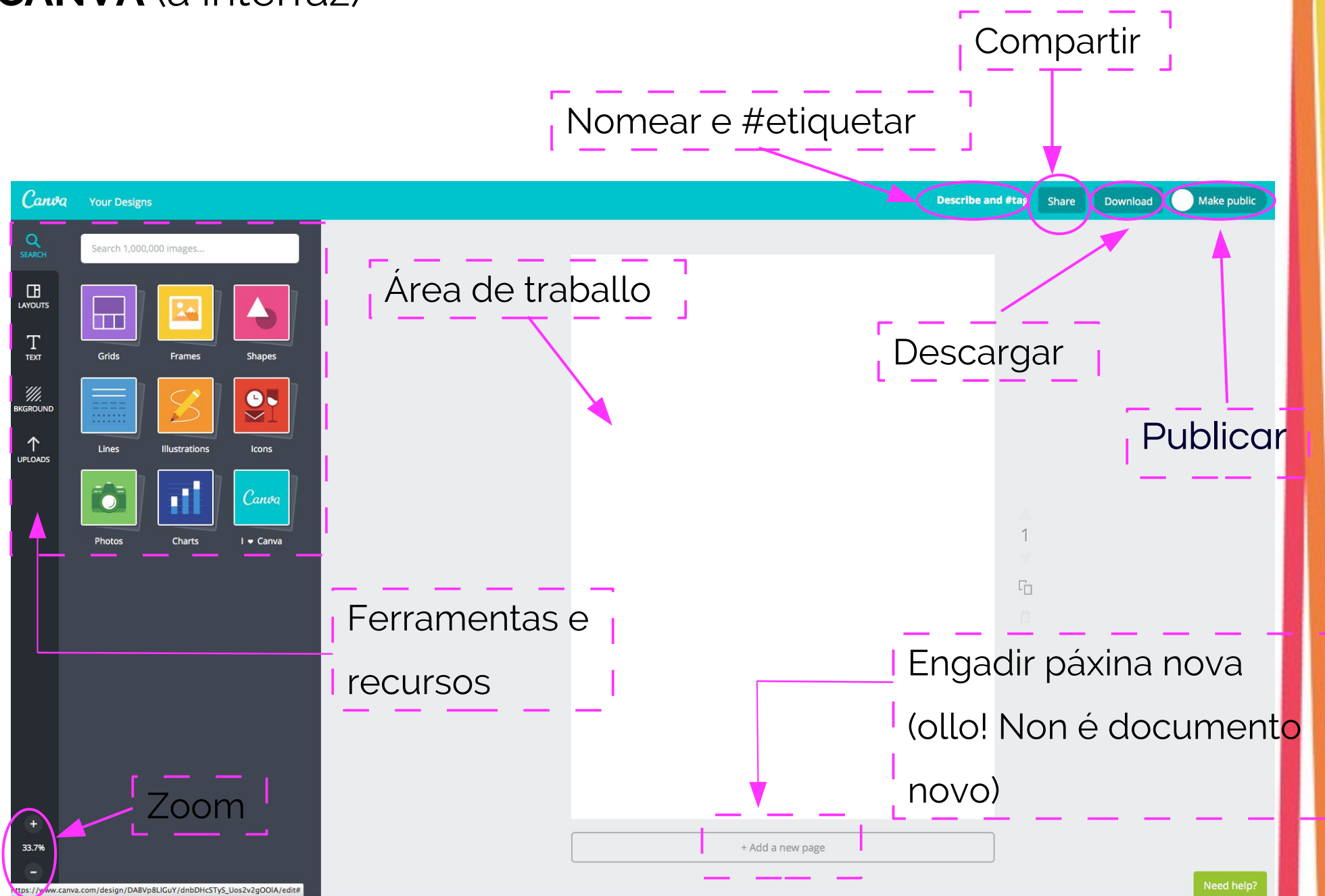


ANCHO ALTO

Tamaños
predeterminados

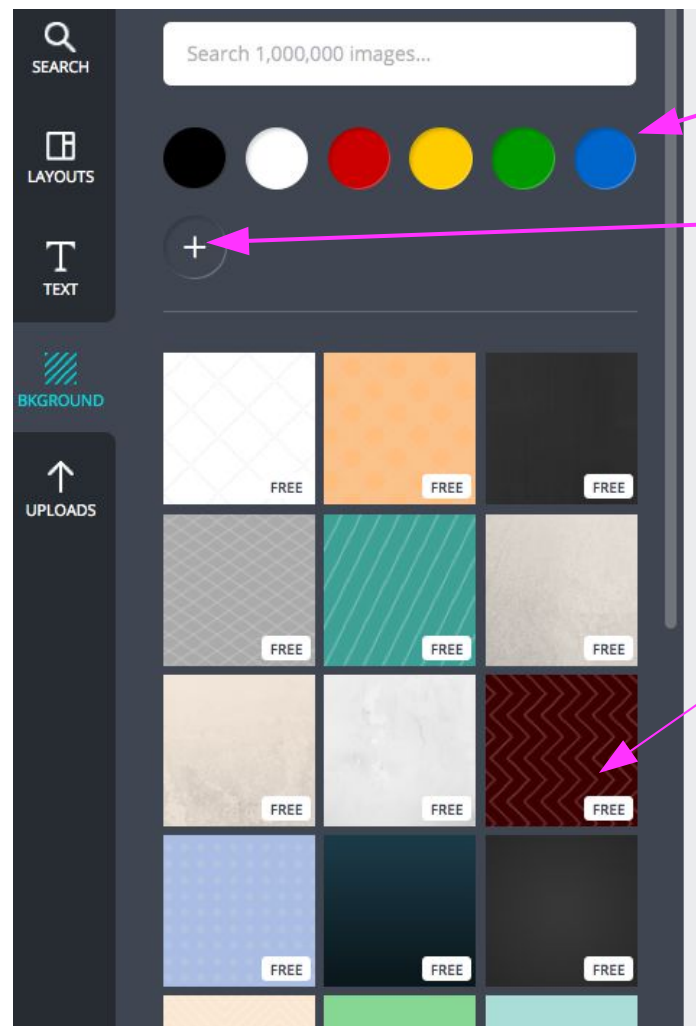
4.4 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

CANVA (a interfaz)



4.4 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

CANVA (personalizar o fondo)

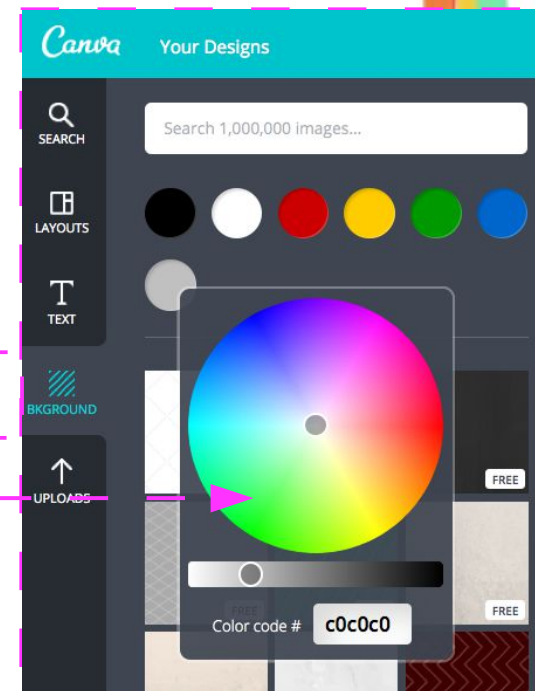
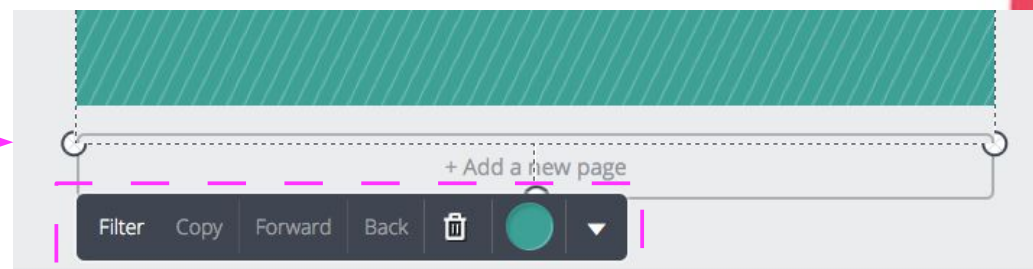


Cor

Elixir unha cor personalizada

Fondos prediseñados

Para modificaro fondo, click encima y aparece este menú de opcións



4.4 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

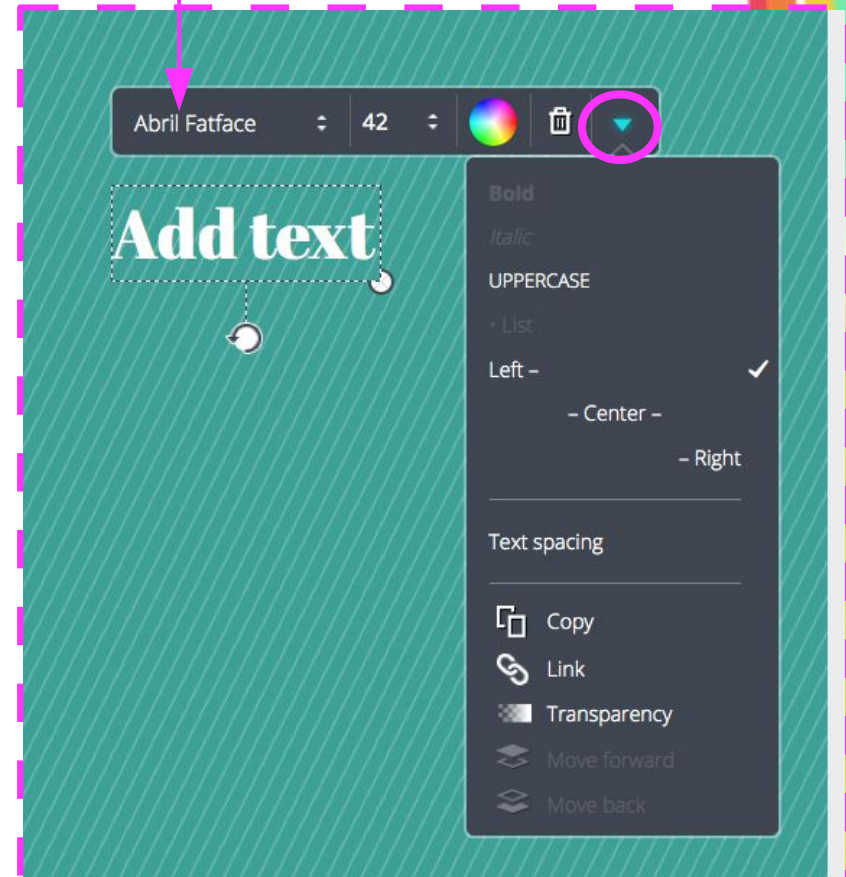
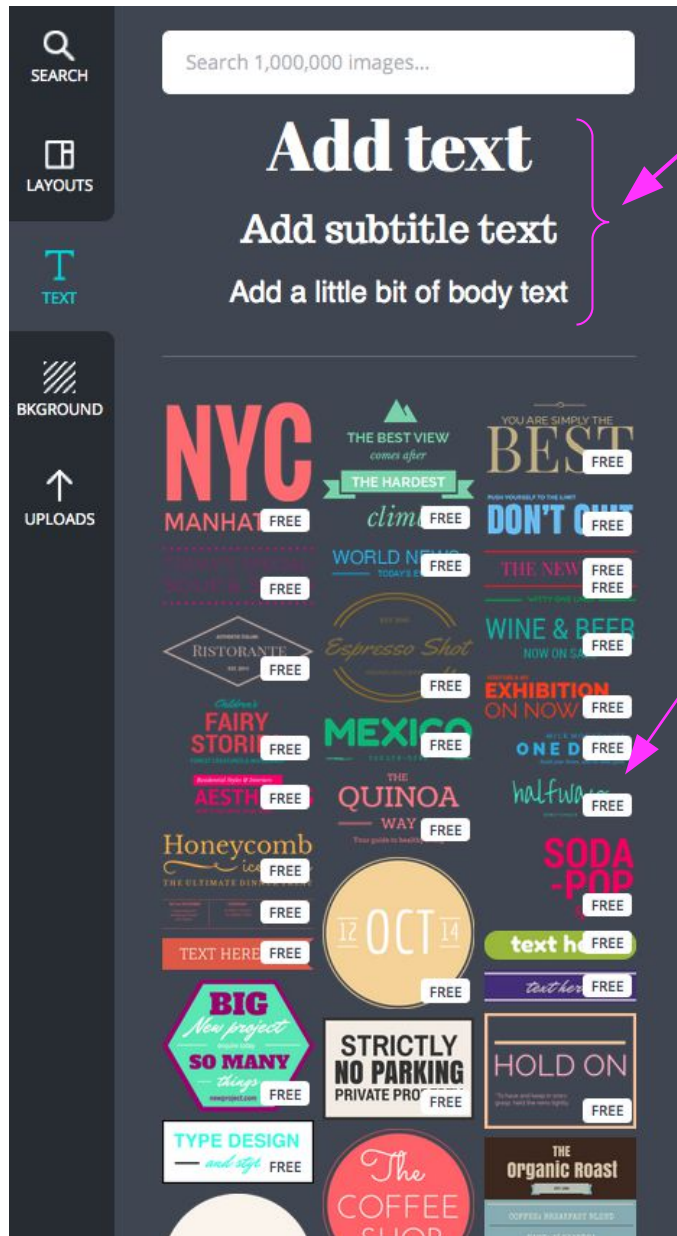
CANVA (engadir texto)

Engadir texto

Para personalizar el texto, click:

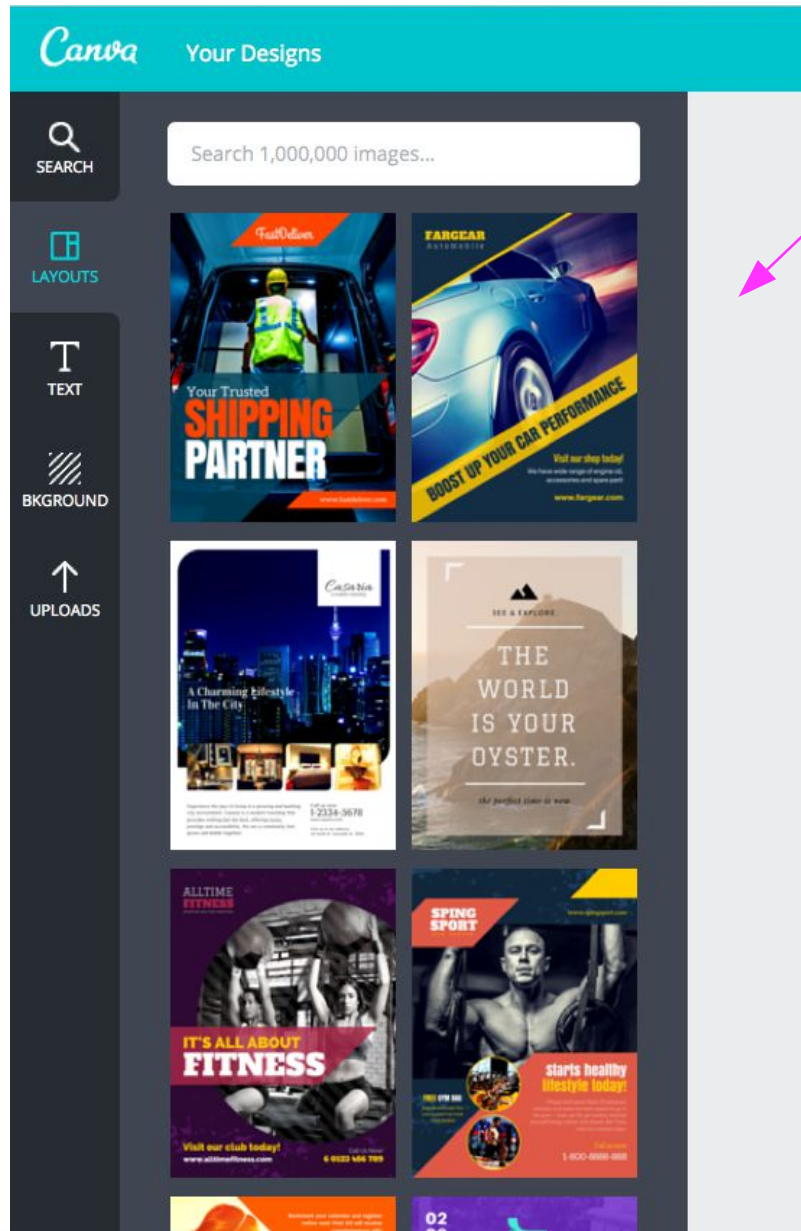
- Aparece este menú de opcións.
- Sombreado: escribimos o texto.

Textos
predeseñados



4.4 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

CANVA (composicións)



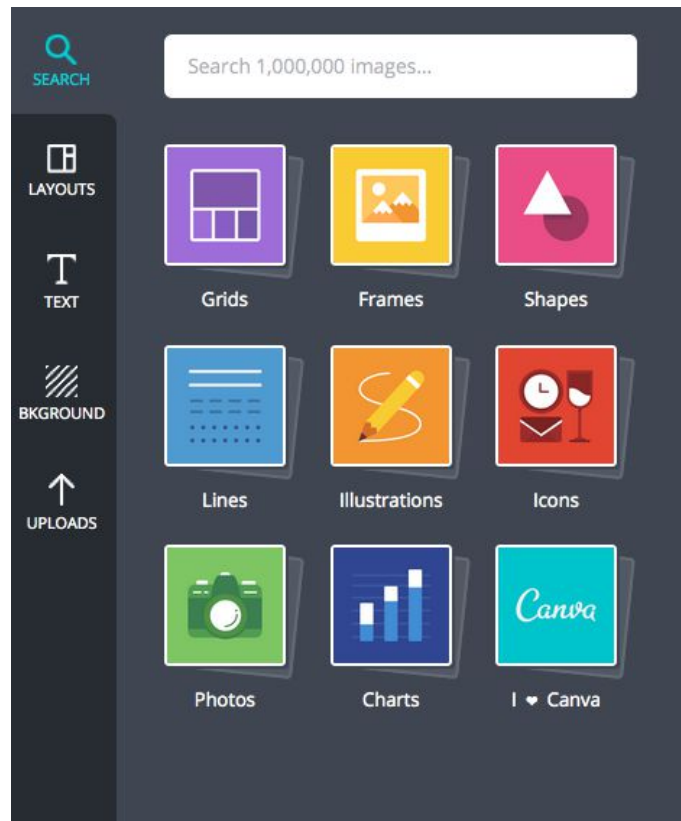
Elixir unha composición predeseñada

Para modificar calquera obxecto,
click encima e aparece o menú de
opcións.



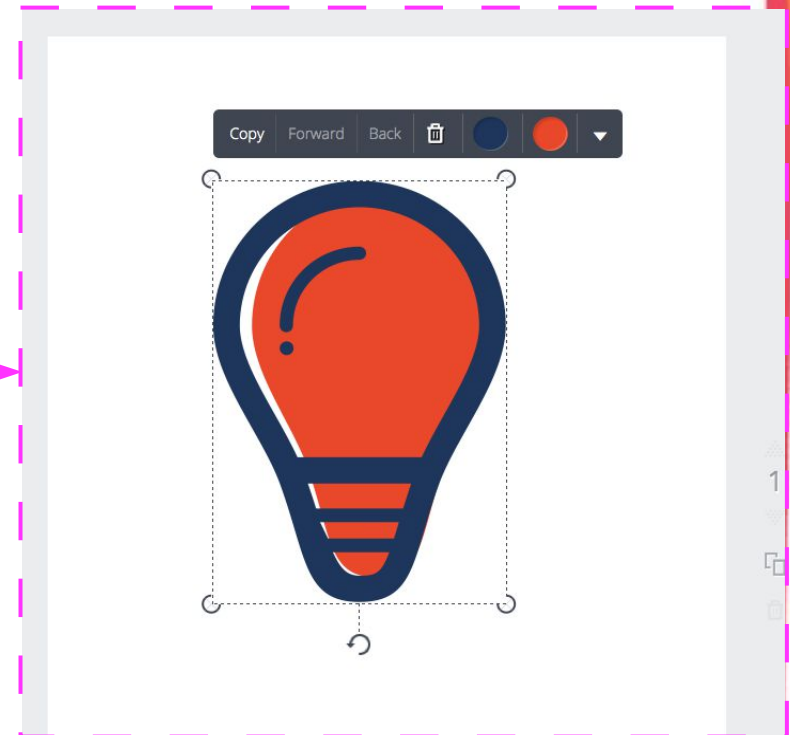
4.4 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

CANVA (formas, iconos, imaxes, marcos...)



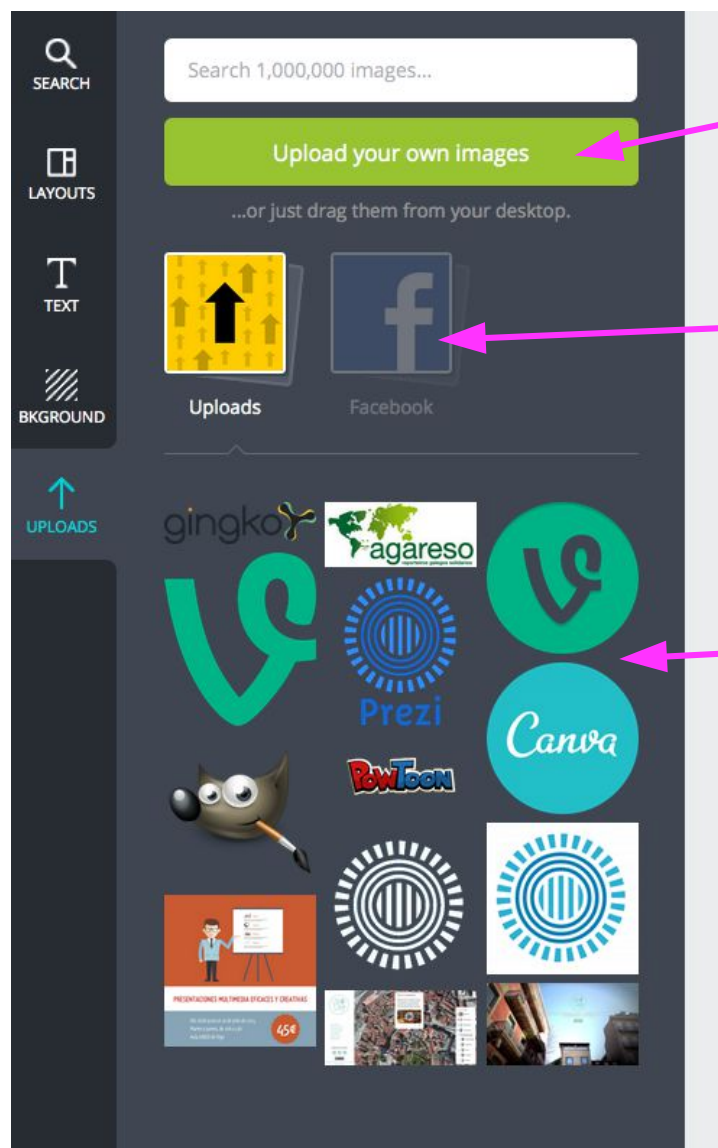
Elixir un obxecto predeseñado

Para modificar calquera obxecto,
click encima e aparece el menú de opcións.



4.4 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERÍA e DESEÑO GRÁFICO

CANVA (insertar imaxes dende o noso dispositivo)



Subir as imaxes

Inserir imaxes dende o noso
perfil de Facebook

Galería de imaxes que temos subidas
noutras ocasións.

4.4 A LINGUAXE das IMAXES: CARTELERIA e DESENHO GRÁFICO

CANVA (exportar e compartilhar)

The image shows the Canva web interface with a design project open. The top navigation bar includes buttons for 'Describe and #tag', 'Share', 'Download', and 'Make public'. A dashed pink box labeled 'Compartir' (Share) points to the 'Share' button. A second dashed pink box labeled 'Descargar' (Download) points to the 'Download' button. The 'Share' modal is open, showing options to 'Post' on Facebook or 'Tweet' on Twitter, an 'Email' section with a 'Send' button, and a link to the design. The 'Download' modal is also open, showing options to download 'As an image' or 'High quality PDF', with radio buttons for 'All pages' or 'Pages in range' (with a text input for a range like '1-5, 8, 11-13'), and a checkbox for 'Publish with crop marks & bleed'. The left sidebar shows various design elements like Grids, Frames, Shapes, Lines, Illustrations, Icons, Photos, and Charts. The bottom of the image features logos for CAFI and agareso.

Canva Your Designs

Search 1,000,000 images...

LAYOUTS

TEXT

BKGROUND

UPLOADS

Grids

Frames

Shapes

Lines

Illustrations

Icons

Photos

Charts

I ♥ Canva

33.7%

https://www.canva.com/design/DABVp8LiGuY/dnbDHcSTyS_Uos2vzqOOIA/edit#

Describe and #tag

Share

Download

Make public

Share

Post

Tweet

Email

One or more email addresses

Send

☐ Share/email as an editable design

Link: https://www.canva.com/design/DABVp8LiGuY/dnbDHcSTyS_Uos2vzqOOIA/edit#

Download

As an image

High quality PDF

☒ All pages

☐ Pages in range:

e.g. 1-5, 8, 11-13

☐ Publish with crop marks & bleed

Options ^

CAFÍ

agareso

ACTIVIDADE

1. Traballo individual, por parellas ou en grupo pequeno de 3.
2. Deseñade **un cartel para o día 8 de marzo**, que pode estar aliñado:
 - a) coa práctica en grupo que ides desenvolver
 - b) coa fotografía que realizastes hai un rato. 😊
3. Comezade facendo un bosquexo nun folio, mirade que sexa coherente con todo o falado ata o de agora.
4. Deseñade o cartel en CANVA.



Avaliación conxunta

1. O deseño do cartel é coherente coa mensaxe?
(impacto que buscamos vs. que sensacións transmite)
2. Os textos pódense ler con facilidade?
3. Coidase o uso da linguaxe non sexista?
3. O cartel reproduce ou contribúe a reproducir estereotipos de xénero?
4. Que impacto credes que pode ter este traballo nas persoas que o vexan?



epd@agareso.org



@agareso



@agareso_ong



@agaresoONG